
METSÄISTEN TARINOIDEN HYÖDYNTÄMISMAHDOLLISUUDET METSÄNHOITOYHDISTYKSEN ULKOISESSA VIESTINNÄSSÄ




Ammattikorkeakoulun opinnäytetyö

Metsätalouden koulutusohjelma

Evo, 19.5.2011

Teemu Ahola



Metsätalouden koulutusohjelma
Saarelantie 1
16970 EVO

Työn nimi Metsäisten tarinoiden hyödyntämismahdollisuudet metsän
hoitoyhdistyksen ulkoisessa viestinnässä

Tekijä Teemu Ahola

Ohjaava opettaja Henrik Lindberg

Hyväksytty _____._____.20____

Hyväksyjä

Evo
Metsätalouden koulutusohjelma

Tekijä	Teemu Ahola	Vuosi 2011
Työn nimi	Metsäisten tarinoiden hyödyntämismahdollisuudet metsän hoitoyhdistyksen ulkoisessa viestinnässä	

TIIVISTELMÄ

Tämän opinnäytetyön päätarkoituksena oli tutkia metsäisten tarinoiden hyödyntämismahdollisuuksia metsänhoitoyhdistys Päijät-Hämeen ulkoisessa viestinnässä. Metsäisiä tarinoita on aiemmin käytetty metsänhoitoyhdistyksen julkaisemassa Kotimetsä-jäsenlehdessä elävöittämässä asiapitoista tekstiä. Metsäisiä tarinoita kerättiin työtä varten nykyisiltä metsänhoitoyhdistys Päijät-Hämeen toimihenkilöiltä haastattelemalla heitä. Heidän kertomansa metsäiset tarinat muodostivat aineiston, jonka hyödyntämismahdollisuuksia metsänhoitoyhdistyksen ulkoisessa viestinnässä tutkittiin.

Metsäisiä tarinoita kerättiin työtä varten helmi-maaliskuussa 2011 kiertämällä metsänhoitoyhdistys Päijät-Hämeen toimistoissa ja haastattelemalla toimihenkilöitä. Tarinoita työtä varten kertoi 22 nykyistä yhdistyksen toimihenkilöä ja 2 eläkkeelle siirtynyttä yhdistyksen entistä työntekijää. Metsäisiä tarinoita, sanontoja ja runoja haastatteluissa kertyi yhteensä 133 kappaletta. Opinnäytetyön ohella metsänhoitoyhdistyksen käyttöön tarinoista koostettiin ”Metsänhoitoyhdistys Päijät-Hämeen ammattilaisten tarinoita” -tarinakokoelma, jota metsänhoitoyhdistys pystyy hyödyntämään eri keinoin.

Opinnäytetyön tavoite saavutettiin, sillä metsäisten tarinoiden hyödyntämismahdollisuuksia metsänhoitoyhdistyksen ulkoisessa viestinnässä löytyi useita. Metsäisiä tarinoita voidaan hyödyntää metsänhoitoyhdistyksen julkaisemassa Kotimetsä-jäsenlehdessä elävöittämässä asiapitoista tekstiä ja antamalla näin erilaista sisältöä lehteen. Metsänhoitoyhdistyksen Internet-sivuilla tarinoita voidaan hyödyntää samalla tavalla tuottamassa erilaista sisältöä Internet-sivuille ja saamalla enemmän ja uusia kävijöitä käymään metsänhoitoyhdistyksen Internet-sivuille. Muitakin tarinoiden hyödyntämismahdollisuuksia työssä löydettiin ja näin tarinoita voidaan hyödyntää erittäin monipuolisesti metsänhoitoyhdistyksen ulkoisessa viestinnässä.

Avainsanat markkinointi, metsänhoitoyhdistys, ulkoinen viestintä

Sivut 22 s, + liitteet 3 s.

Evo, Hämeenlinna
Degree programme in Forestry

Author

Teemu Ahola

Year 2011

Subject of Bachelor's thesis

Opportunities for Utilizing Forest Stories in the External Communication of the Forest Management Association

ABSTRACT

The main purpose of this thesis was to research opportunities for utilizing forest stories in the external communication of the Forest management association (FMA) Päijät-Häme. Earlier forest stories were used in FMA member magazine called Kotimetsä to enliven the factual text. Forest stories were gathered for this thesis from Forest Management Association's current employees. These stories are essence of the research material and its utilization opportunities in the FMA's external communication were researched.

Forest stories were collected for this work from February to March in 2011 by visiting FMA offices and interviewing employees. Stories for this work were told by 22 current employees and 2 retired employees. The total of 133 stories, phrases and poems were accumulated. Also "Metsänhoitoyhdistys Päijät-Hämeen ammattilaisten tarinoita" -story collection was composed as a by-product of this thesis for the use of the Forest Management Association. FMA can utilize this collection in many different ways.

The purpose of thesis was reached because many new usages of forest stories were founded in the FMA's external communication. Stories can be utilized in the different stories in Kotimetsä-magazine to enliven the factual text and give alternative content. Stories can also be used in FMA's Internet pages in the same way as in Kotimetsä-magazine and to attract more and new visitors. Also other utilization opportunities were found and these stories can be used very widely in FMA's external communication.

Keywords external communication, forest management association, marketing

Pages 22 p + appendices 3 p.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
2	METSÄNHOITOYHDISTYS	2
2.1	Metsänhoitoyhdistysten tarkoitus ja yleistävä.....	2
2.2	Metsänhoitoyhdistyksen hallinto ja jäsenet.....	2
2.3	Metsänhoitomaksu	3
2.4	Metsänhoitoyhdistys Päijät-Häme.....	3
3	MARKKINOINTI JA ULKOINEN VIESTINTÄ	5
3.1	Markkinoinnin määritelmä ja päätehtävät.....	5
3.2	Viestinnän määritelmä ja tehtävät	5
3.3	Ulkoinen viestintä	6
3.4	Markkinointiviestinnän tehtävä ja määritelmä.....	6
3.5	Metsänhoitoyhdistys Päijät-Hämeen markkinoinnista ja ulkoisesta viestinnästä 7	
4	METSÄNHOITOYHDISTYKSEN ULKOISEN VIESTINNÄN VÄLINEET	8
4.1	Päijät-Hämeen metsänhoitoyhdistyksen ulkoisen viestinnän välineet.....	8
4.2	Kotimetsä-jäsenlehti.....	8
4.3	Kotimetsikkö-lehtinen.....	8
4.4	Metsänhoitoyhdistyksen Internet-sivut	8
4.5	Sähköinen uutiskirje.....	9
4.6	Muut ulkoisen viestinnän välineet	9
5	AINEISTON ELI TARINOIDEN KERÄÄMINEN JA NIIDEN LITTEROINTI ...	10
5.1	Työn ja haastatteluiden ennakkovalmistelut	10
5.2	Haastatteluiden nauhoittaminen ja haastattelutilanne	10
5.3	Sähköpostitse ja valmiiksi kirjoitettuna saadut tarinat	11
5.4	Tarinoiden puhtaaksikirjoittaminen nauhalta eli litterointi ja niiden arkistointi 11	
5.5	Tarinoista koostettu ”Metsänhoitoyhdistys Päijät-Hämeen ammattilaisten tarinoita” -tarinakokoelma.....	12
6	POHDINTAA KERÄTYISTÄ TARINOISTA JA NIIDEN HYÖDYNTÄMISMAHDOLLISUUKSISTA	13
6.1	Pohdintaa tarinoiden keräämisestä	13
6.2	Pohdintaa kerätyistä tarinoista	14
6.3	Esimerkkitapaus metsäisten tarinoiden hyödyntämisestä ulkoisessa viestinnässä 16	
6.4	Tarinoiden hyödyntämismahdollisuuksia	17
7	YHTEENVETO TYÖSTÄ JA SEN TEKEMISESTÄ	19
7.1	Yhteenveto työstä.....	19
7.2	Yhteenveto työn tekemisestä.....	20
	LÄHTEET	21

Liite 1	Saatekirje
Liite 2	Haastatteluiden runko
Liite 3	Tarina Hagelbergista Kotimetsä-jäsenlehdessä 1/2010

1 JOHDANTO

Tarinankerronta on kautta aikojen ollut tärkeä tapa ihmisille välittää tietoa ja kokemuksia aiemmin tapahtuneesta. Tarinoita on kerrottu sukupolvelta toiselle ja näin tarinat ovat säilyneet pitkiä aikoja. Erilaisia tarinoita on hyödynnetty yritysten markkinoinnissa ja elävöittämässä ulkoisen viestinnän välineitä esimerkiksi erilaisissa asiakasjulkaisuissa kuten yritysten jäsenlehdissä.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia metsäisien tarinoiden hyödyntämismahdollisuuksia metsänhoitoyhdistyksen ulkoisessa viestinnässä. Työtä varten haastateltiin metsänhoitoyhdistys Päijät-Hämeen nykyisten toimihenkilöiden lisäksi kahta jo eläkkeelle siirtynyttä työntekijää ja heidän kaikkien kertomat metsäiset tarinat muodostavat aineiston, jonka hyödyntämismahdollisuuksia metsänhoitoyhdistyksen ulkoisessa viestinnässä pohdittiin.

Metsänhoitoyhdistys Päijät-Häme on yksi Suomen suurimmista metsänhoitoyhdistyksistä ja sen asiakkaina on 6988 metsänomistajaa, jotka omistavat metsää yhdistyksen toimialueella. Metsänhoitoyhdistyksen toimialueena ovat Päijät-Hämeen kunnat Asikkala, Hartola, Heinola, Hollola, Hämeenkoski, Kärkölä, Lahti, Nastola, Padasjoki ja Sysmä. Metsänhoitoyhdistyksessä työskentelee 43 toimihenkilöä. Toimistoja metsänhoitoyhdistyksellä on kaikissa kunnissa paitsi Lahdessa. Metsänhoitoyhdistyksen päätoimisto sijaitsee Sysmässä. (Metsänhoitoyhdistys Päijät-Häme 2011a.)

Metsänhoitoyhdistys Päijät-Häme julkaisee Kotimetsä-jäsenlehteä, Kotimetsikkö-lehtistä, joiden avulla markkinoidaan sen tarjoamia palveluita. Lisäksi metsänhoitoyhdistys julkaisee sähköistä uutiskirjettä ja sillä on omat Internet-sivut sekä uusimpana markkinoinnin välineenä toimiva Facebook-sivu. Nämä viestimet ovat metsänhoitoyhdistyksen tärkeimmät ulkoisen viestinnän välineet, joilla markkinoidaan sen tarjoamia palveluita asiakkailleen eli toimialueensa metsänomistajille.

Opinnäytetyössä keskityttiin yhden metsänhoitoyhdistyksen toimintaan ja ulkoiseen viestintään, mutta sen tuloksista on hyötyä muillekin metsänhoitoyhdistyksille ja niiden ulkoisen viestinnän elävöittämiselle. Työn tuloksista on hyötyä metsänhoitoyhdistyksen ulkoisen viestinnän elävöittämiseen metsäisten tarinoiden avulla. Työssä esitetään erilaisia metsäisten tarinoiden hyödyntämismahdollisuuksia, joista on hyötyä metsänhoitoyhdistykselle.

2 METSÄNHOITOYHDISTYS

2.1 Metsänhoitoyhdistysten tarkoitus ja yleistehtävä

Metsänhoitoyhdistyksistä ja niiden toiminnasta on säädetty laki. Tämä laki on laadittu eduskunnan päätöksen mukaisesti 10.7.1998 ja se on tullut voimaan 1.1.1999.

Laki metsänhoitoyhdistyksistä määrittelee metsänhoitoyhdistysten tarkoituksen seuraavanlaisesti:

”Metsänhoitoyhdistys on metsänomistajien yhteenliittymä, jonka tarkoituksena on edistää metsänomistajien harjoittaman metsätalouden kannattavuutta ja heidän metsätaloudelleen asettamiensa muiden tavoitteiden toteutumista sekä edistää taloudellisesti, ekologisesti ja sosiaalisesti kestävää metsien hoitoa ja käyttöä.”(Laki metsänhoitoyhdistyksistä 10.7.1998/534 1§.)

Metsänhoitoyhdistysten yleistehtävänä on tarjota toimialueidensa metsänomistajille niitä palveluita, joita metsänomistajat tarvitsevat metsätalouden harjoittamisessa ja lisäksi metsänhoitoyhdistyksen on järjestettävä metsänomistajien käytettäväksi sitä varten tarvittavaa palvelua (Laki metsänhoitoyhdistyksistä 10.7.1998/534 3§). Metsänhoitoyhdistyksen tarjoamia palveluita ovat muun muassa puukauppaan, metsänhoitoon, suunnittelu- ja arviointipalveluihin liittyvät palvelut. Lisäksi metsänhoitoyhdistys tarjoaa alueensa metsänomistajille koulutus- ja neuvontapalveluita. Suomessa toimi vuoden 2011 alussa 105 metsänhoitoyhdistystä, joiden toimi-alue kattaa koko maan. (Metsänhoitoyhdistys 2011a.)

2.2 Metsänhoitoyhdistyksen hallinto ja jäsenet

Metsänhoitoyhdistyksen valtuusto on metsänhoitoyhdistyksen korkein päättävä elin. Kaikki sen jäsenet ovat metsänhoitoyhdistyksen jäseniä eli metsänomistajia. Valtuusto päättää muun muassa hallituksen valinnasta, yleisistä toimintaperiaatteista, talousarviosta ja toimintasuunnitelmasta. Metsänhoitoyhdistyksen valtuusto valitsee hallituksen, joka päättää metsänhoitoyhdistyksen käytännön toiminnasta. (Metsänhoitoyhdistys 2011b.) Hallituksen jäsenet tulee valita siten, että hallituksen kokoonpano edustaa riittävästi metsänhoitoyhdistyksen toimialueen eri osia ja metsänomistajakuntaa (Laki metsänhoitoyhdistyksistä 10.7.1998/534 15 §).

Valtuusto valitaan vaaleilla, joissa metsänhoitoyhdistyksen alueen jokaisella metsänomistajalla on yksi ääni käytettävänä. Valtuustoihin valitaan metsänhoitoyhdistyksen koosta riippuen 15–39 valtuutettua, jotka toimivat luottamushenkilöinä koko neljän vuoden valtuustokauden ajan. (Metsänhoitoyhdistys 2011b.)

Metsänhoitoyhdistyksen jäseniä ovat metsänomistajat, joilla on hallinto-oikeus yhdistyksen toimialueella sijaitsevaan metsään ja jotka ovat siitä vel-

vollisia maksamaan metsänhoitomaksua metsänhoitoyhdistykselle. Metsänomistajan jäsenyys metsänhoitoyhdistyksessä alkaa, kun metsänhoitoyhdistyksen toimialue on vahvistettu ja yhdistys on rekisteröity. Metsänomistajan jäsenyys metsänhoitoyhdistyksessä päättyy, kun metsänomistajan kirjallinen eroilmoitus on saapunut metsänhoitoyhdistykselle. Metsänhoitoyhdistyksestä eroaminen tai erottaminen ei poista metsänhoitomaksua maksavan metsänomistajan oikeutta saada palveluita metsänhoitoyhdistykseltä. (Laki metsänhoitoyhdistyksistä 10.7.1998/534 6 §.)

2.3 Metsänhoitomaksu

Metsätalouteen käytettävästä maasta on maksettava metsänhoitomaksuna metsänomistajakohtaista perusmaksua ja lisäksi hehtaarikohtaista maksua. Perusmaksun suuruus on 70 prosenttia koko maan kolmen viimeisimmän kalenterivuoden puukuutiometrin keskikantohinnan aritmeettisesta keskiarvosta. Metsänhoitomaksun toisen osan muodostavaa hehtaarikohtaista maksua varten maa on jaettu neljään eri vyöhykkeeseen etelästä pohjoiseen. Hehtaarikohtaisen maksun suuruus voi olla Etelä-Suomen 11 prosentista Pohjois-Suomen 1,5 prosenttiin koko maan kolmen viimeisimmän kalenterivuoden puukuutiometrin keskikantohinnan aritmeettisesta keskiarvosta. Enintään hehtaarikohtainen metsänhoitomaksu voi kuitenkin olla maksimissaan kolmen viimeisimmän kalenterivuoden puukuutiometrin keskikantohinnan aritmeettinen keskiarvo kertaa 30. Metsätalousasioissa toimivaltainen ministeriö vahvistaa joka vuosi koko maan kolmen viimeisimmän kalenterivuoden puukuutiometrin aritmeettisen keskiarvon Metsäntutkimuslaitoksen esittämästä esityksestä. (Laki metsänhoitoyhdistyksistä 10.7.1998/534 8 § ja 9 §.)

Metsänhoitomaksun hehtaarikohtaisen määrän suuruuden päättää metsänhoitoyhdistys kalenterivuodeksi kerrallaan. Metsänhoitomaksua ei voi määrätä maksettavaksi, jos metsänomistajan metsätalouteen käytettävissä olevan maan pinta-ala on metsänhoitoyhdistyksen toimialueella Lapin läänissä alle 12 hehtaaria, Oulun läänissä alle 7 hehtaaria ja muualla maassa alle 4 hehtaaria. (Laki metsänhoitoyhdistyksistä 10.7.1998/534 9 §.)

2.4 Metsänhoitoyhdistys Päijät-Häme

Metsänhoitoyhdistys Päijät-Häme on yksi Suomen suurimmista metsänhoitoyhdistyksistä. Metsänhoitoyhdistys Päijät-Häme syntyi 1.1.2009, kun metsänhoitoyhdistys Itä-Häme ja metsänhoitoyhdistys Salpausselkä yhdistyivät yhdeksi metsänhoitoyhdistykseksi. Metsänhoitoyhdistyksen toiminta-alueena ovat Päijät-Hämeen kunnat Asikkala, Hartola, Heinola, Hollola, Hämeenkoski, Kärkölä, Lahti, Nastola, Padasjoki ja Sysmä. Metsänhoitoyhdistyksen asiakkaina ovat toimialueen 6988 metsänomistajaa, joiden tarpeita metsänhoitoyhdistys palvelee. (Metsänhoitoyhdistys Päijät-Häme 2011a.)

Metsänomistajien omistamien metsien kokonaispinta-ala on 244 966 hehtaaria eli keskimäärin metsänomistaja omistaa metsää noin 35 hehtaaria.

Metsänhoitoyhdistyksen kokonaisliikevaihto oli 9,6 miljoonaa euroa vuonna 2010. Metsänhoitoyhdistyksellä on yhteensä 10 toimistoa, joissa työskentelee yhteensä 43 toimihenkilöä. Metsänhoitoyhdistyksen hallinnollinen päätoimisto sijaitsee Sysmässä. (Metsänhoitoyhdistys Päijät-Häme 2011a.)

Metsänhoito Päijät-Hämeellä on vuonna 2008 valittu 35-jäseninen valtuusto, joka on metsänhoitoyhdistyksen korkein päättävä elin. Valtuusto on valinnut metsänhoitoyhdistykselle hallituksen, joka vastaa käytännön toiminasta. Metsänhoitoyhdistys Päijät-Hämeen hallituksen kokoonpano edustaa tasaisesti metsänomistajia ympäri Päijät-Hämettä. (Metsänhoitoyhdistys Päijät-Häme 2011b.)

3 MARKKINOINTI JA ULKOINEN VIESTINTÄ

3.1 Markkinoinnin määritelmä ja päätehtävät

Markkinointi pystytään määrittelemään monella eri tavalla ja useasta eri näkökulmasta. Yhteistä näille määritelmille on se, että asiakas ja hänen tarpeensa on kaiken toiminnan keskus. Markkinoinnin eri määritelmissä korostuvat niin yrityksen ja asiakkaan välinen asiakassuhde kuin organisaatio ja sen tavoitteetkin. Yritystoiminnalle ja markkinoinnille asiakkaiden tyytyväisyyden kautta saatu taloudellinen kannattavuus on ensisijaisen tärkeää. Näiden kyseisten tavoitteiden saavuttamisen kautta voidaan myös tyydyttää muiden sidosryhmien vaatimat odotukset organisaatiolle. (Isohookana 2007, 36–37.)

Markkinoinnin päätehtäviä ovat:

- a. Markkinoiden systemaattinen etsiminen ja avaaminen, jolloin tavoitteena on saada hankittua tietoja yrityksen ja sen asiakkaiden välisistä vaihtoprosesseista.
- b. Erilaisten, toisiinsa viritettyjen välineiden suunnitelmallinen käyttö näiden edellä mainittujen vaihtoprosessien muodostamiseksi, jolloin tavoite on myyntituloksen varmistaminen tai sen parantaminen.

Käytettävien markkinointivälineiden suunnittelussa täytyy ottaa huomioon pitkän aikavälin yritysstrategiset näkökohdat. Toisaalta on suunniteltava lyhyellä aikavälillä, miten markkinointivälineet pitää konkreettisesti muotoilla. Tässä on kyse pääpiirteissään siitä, että mikä tavara tai palvelu asiakkaalle pitää tarjota, miten ja mihin hintaan se pitää tarjota ja millaista viestintää tai muuta tukea siihen yhdistetään. (Kalka ja Mäßen 2004, 8.)

3.2 Viestinnän määritelmä ja tehtävät

Viestintä on yksinkertaistaen sanottuna sanomien lähettämistä ja vastaanottamista eli tietojen vaihdantaa. Se eroaa esimerkiksi tavaravaihdannasta siinä, ettei lähettäjä menetä mitään kertoessaan asiasta eteenpäin. Viestintätapahtuma on monimutkainen vuorovaikutustapahtuma viestin lähettäjän ja vastaanottajan välillä. Siihen sisältyy monia erilaisia tekijöitä, jotka vaikuttavat sen onnistumiseen. Viestintätapahtuman tai -prosessin oleellinen tekijä on itse sanoma eli se, mitä halutaan toiselle viestittää ja sanoa. Parhaiten sanoma saavuttaa vastaanottajan kanavan tai välineen avulla. Oikean viestintävälineen valinta vaikuttaa siihen, miten tehokkaasti, ymmärrettävästi ja oikea-aikaisesti viestintä toimii. (Ikävalko 1995, 11–12.)

Viestintä on resurssi, väline ja mahdollisuus erilaisten asioiden hoitamiseen. Kysyttäessä ihmisiltä, miksi viestintää tarvitaan, vastauksia saadaan laidasta laitaan. Yleisesti vastaukset painottuvat viestinnän positiiviseen puoleen, eli miten viestinnän avulla saadaan jotakin. Viestinnän tehtävät voidaan jakaa kahteen eri ryhmään: lyhyen tähtäimen sekä pitkän tähtäi-

men tavoitteisiin, jotka suuntautuvat monen vuoden päähän tai vielä niitäkin kauemmas. Nämä tehtävät eivät ole toisensa poissulkevia vaan vaikuttavat samanaikaisesti. On kuitenkin ymmärrettävä, millä toimenpiteillä tähdätään haluttuihin päämääriin. (Ikävalko 1995, 13–14.)

Yrityksessä viestinnän tärkein tehtävä on tukea yrityksen toimintaa yrityksen tavoitteiden mukaisesti. Viestintä on aina mukana kaikissa yrityksen jokapäiväisissä tilanteissa yrityksen eri toiminnoissa. Viestinnän yksi tehtävä on tiedottaa eli pitää työntekijät, sidosryhmät ja yhteistyökumppanit tietoisina yrityksen asioista ja tapahtumista. Tämän lisäksi viestintä luo ja ylläpitää myönteistä mielikuvaa yrityksestä ja sen tuottamista tuotteista ja palveluista. (Kortetjärvi-Nurmi ja Rosenström 1999, 9.)

3.3 Ulkoinen viestintä

Ulkosen viestinnän tehtävä on tukea myyntiä ja markkinointia sekä samalla luoda kysyntää yrityksen tuotteille ja palveluille. Ulkosen viestinnän tärkeä tavoite on kehittää, luoda ja ylläpitää hyviä suhteita ulkoisiin sidosryhmiin kuten asiakkaisiin, medioihin ja muihin yhteistyökumppaneihin. (Viestintä Kielipuu, 2011.) Yhdistyksen ulkoisen tiedottamisen ja ulkoisten yhteyksien tärkeitä keinoja ovat muun muassa henkilökohtainen vuorovaikutus, esite, lehdistötiedote, tiedotustilaisuus, jäsenlehti ja kotisivut. (Suomen luonnonsuojeluliitto, 2011.)

3.4 Markkinointiviestinnän tehtävä ja määritelmä

Bergström ja Leppänen (1999, 210) mukaan markkinointiviestinnän tehtävänä on tehdä yritystä ja sen tarjoamia tuotteita näkyviksi. Markkinointiviestinnän keinoja ovat mainonta, suhdetoiminta, myynninedistäminen ja henkilökohtainen myyntityö. Asiakaspalvelu on myös markkinointiviestintää. Markkinointiviestintä jaetaan kahteen eri osaan eli informoivaan ja suggestiiviseen osaan. Informoiva viestintä välittää tietoja tuotteista, hinnoista, maksuehdoista ja saatavuudesta. Suggestiivinen viestintä vaikuttaa taas asenteisiin tunnepitoisilla vetoimuksilla, kuten esimerkiksi musiikin, liikkeen, äänitehosteiden, valojen, kuvien tai otsikoinnin avulla. (Lahtinen ja Isoviita 2004, 118.)

Markkinointiviestinnän tavoitteita ovat:

- asiakkaiden asenteisiin vaikuttaminen
- yrityksen ja sen tuotteiden tunnetuksi tekeminen
- yritys- ja muiden mielikuvien parantaminen
- kannattavan myynnin aikaansaaminen
- kanta-asiakassuhteiden luominen ja kehittäminen.

Markkinointiviestintä tarkoittaa kaikkea viestintää, jolla yritykset ja muut yhteisöt yrittävät auttaa asiakasta ostamisessa. Markkinointiviestinnälle asetetaan tavoitteet, joita johtavat ja ohjaavat markkinoinnin tavoitteet. (Lahtinen ja Isoviita 2004, 120.)

Markkinointiviestinnän kanavia ovat:

- lehdet, asiakaskirjeet ja mainoslehtiset sekä ulkomainospaikat
- tv, radio, elokuvat, tekstikanava, video
- henkilökohtaiset tapaamiset, asiakastilaisuudet
- puhelin, faksi, tietoverkko eli Internet
- tapahtumamarkkinointi.

Markkinointiviestinnässä onnistutaan hyvin, kun käytetään useita kanavia rinnakkain esimerkiksi niin, että lehti-ilmoittelua tuetaan vaikuttamalla asiakkaaseen henkilökohtaisesti esimerkiksi järjestämällä tuote-esittely. (Lahtinen ja Isoviita 2004, 121.)

3.5 Metsänhoitoyhdistys Päijät-Hämeen markkinoinnista ja ulkoisesta viestinnästä

Metsänhoitoyhdistys Päijät-Hämeellä on oma markkinointitiimi, joka tekee metsänhoitoyhdistykselle markkinointisuunnitelman aina vuodeksi kerrallaan. Markkinointitiimiin kuuluu 8 ihmistä, joista suurin osa on metsänhoitoyhdistyksen työntekijöitä ja osa metsänhoitoyhdistyksen valtuuston jäseniä. Markkinointitiimi kokoontuu vuodessa 6 kertaa toteuttamaan ja tarkentamaan suunnitelmia markkinoinnin saralla. Markkinointitiimi tekee metsänhoitoyhdistyksen markkinointisuunnitelman, josta selviää miten vuoden aikana markkinointi toimii. Vuoden joka kuukaudelle tehdään lisäksi tarkempi suunnitelma, mitä jokaisen kuukauden aikana tehdään markkinoinnin saralla. (Yli-Talonen, sähköpostiviesti 31.3.2011)

Metsänhoitoyhdistys Päijät-Hämeen ulkoisen viestinnän välineitä ovat Kotimetsä-jäsenlehti, Kotimetsikkö-lehtinen, sähköinen uutiskirje, metsänhoitoyhdistyksen omat Internet-sivut ja Facebook-sivut. Näiden edellä mainittujen ulkoisen viestinnän välineiden lisäksi metsänhoitoyhdistys markkinoi palveluitaan erilaisten kampanjoiden avulla, joita mainostetaan muun muassa radiomainoksilla. Näistä ulkoisen viestinnän välineistä kerrotaan tarkemmin työn luvussa 5. Kyseisiä ulkoisen viestinnän välineitä metsänhoitoyhdistys käyttää hyödykseen markkinoidessaan palveluita asiakkailleen eli toimialueensa metsänomistajille.

4 METSÄNHOITOYHDISTYKSEN ULKOISEN VIESTINNÄN VÄLINEET

4.1 Päijät-Hämeen metsänhoitoyhdistyksen ulkoisen viestinnän välineet

Metsänhoitoyhdistyksen ulkoisen viestinnän välineitä ovat 3 kertaa vuodessa ilmestynvä Kotimetsä-jäsenlehti, 3 kertaa vuodessa ilmestynvä Kotimetsikkö-lehtinen, metsänhoitoyhdistyksen omat Internet-sivut ja 1-3 kertaa kuukaudessa ilmestynvä sähköinen uutiskirje. Uusin metsänhoitoyhdistyksen ulkoisen viestinnän väline on sähköisen median yhteisöpalvelu Facebookissa oleva yhdistyksen oma sivu. Metsänhoitoyhdistys järjestää erilaisia kampanjoita esimerkiksi puukaupasta ja mainostaa näitä kampanjoita muun muassa radiomainoksilla. Henkilökohtaiset neuvontatilanteet toimihenkilöiden ja metsänomistajien välillä ovat myös tärkeitä ulkoisen tiedottamisen ja ulkoisten yhteyksien keinoja.

4.2 Kotimetsä-jäsenlehti

Kotimetsä-jäsenlehti on metsänhoitoyhdistyksen julkaisema noin 30-sivuinen lehti, joka ilmestyy 3 kertaa vuodessa ja se on ilmestynyt vuodesta 2000 asti. Lehden numerot ilmestyvät vuoden aikojen mukaan eli talvella, keväällä ja syksyllä. Lehdessä on muun muassa metsäaiheisia juttuja puukaupasta ja yhdistyksen toiminnasta ja hankkeista. Lehteä ei toimita ammattitoimittajat vaan sen sisällön tuottavat metsänhoitoyhdistyksen toimihenkilöt itse. Lehdessä myös mainostetaan metsänhoitoyhdistyksen tapahtumia ja sen tarjoamia palveluita. Jokaisesta lehdestä löytyy metsänhoitoyhdistyksen kartta ja jokaisen toimihenkilön yhteystiedot kuvan kera. Kotimetsä-lehden levikki on 9000 kappaletta. Lehden lukijoita ovat metsänhoitoyhdistyksen asiakkaat eli toimialueen metsänomistajat. (Salovaara, sähköpostiviesti 21.3.2011)

4.3 Kotimetsikkö-lehtinen

Kotimetsikkö-lehtinen on metsänhoitoyhdistyksen julkaisema 3 kertaa vuodessa ilmestynvä nelisivuinen lehtinen ja se on ilmestynyt vuodesta 2007 alkaen. Jokainen lehtinen käsittelee tiettyä valittua metsäistä aihetta esimerkiksi sukupolvenvaihdokseen liittyviä asioita. Kotimetsikkö-lehtisen levikki on 7000 kappaletta. Lehtisen lukijoita ovat pääasiassa sidosryhmien edustajat ja metsänomistajat. (Salovaara, sähköpostiviesti 21.3.2011)

4.4 Metsänhoitoyhdistyksen Internet-sivut

Metsänhoitoyhdistyksellä on ollut Internet-sivut sen koko olemassaolon ajan. Sivut ovat sisällöltään laajat ja sieltä löytyy tietoa lähes kaikesta mitä metsäomistaja tarvitsee. Sivuilta löytyvät muun muassa kaikkien metsänhoitoyhdistyksen toimistoiden ja toimihenkilöiden yhteystiedot. Sivuilla voi kysyä metsäisiä kysymyksiä, joihin metsänhoitoyhdistyksen työnteki-

jät vastaavat. Sivuilta pääsee linkkien avulla myös muihin metsäisiin Internet-sivuihin esimerkiksi Metsänomistajien liiton sivuille. Metsänhoitoyhdistyksen Internet-sivuilla on kävijöitä viikossa 401 kappaletta, kuukaudessa 1690 kappaletta ja vuodessa 20 901. (Salovaara, sähköpostiviesti 21.3.2011)

4.5 Sähköinen uutiskirje

Metsänhoitoyhdistys julkaisee 3-4 kertaa kuukaudessa ilmestyvää sähköistä uutiskirjettä. Uutiskirjeissä kerrotaan ajankohtaisista asioista ja tapahtumista, joista löytyy yleensä lisätietoja metsänhoitoyhdistyksen Internet-sivuilta. Uutiskirjeissä saatetaan myös mainostaa metsänhoitoyhdistyksen tulevia tapahtumia ja kilpailuita. Uutiskirjeen voi lukea metsänhoitoyhdistyksen Internet-sivuilta, josta sen voi myös tilata tulemaan itselleen kuka tahansa metsäasioista kiinnostunut. Sähköinen uutiskirje on ilmestynyt syksystä 2006 alkaen ja sillä on tilaajia tällä hetkellä 1873 kappaletta. (Salovaara, sähköpostiviesti 21.3.2011)

4.6 Muut ulkoisen viestinnän välineet

Metsänhoitoyhdistyksellä on ollut oma sivu suositussa sähköisen median yhteisöpalvelu Facebookissa kesäkuusta 2010 alkaen. Facebook-sivulla kerrotaan osittain samoja asioita kuin metsänhoitoyhdistyksen Internet-sivuillakin. Sivulla tuodaan esille myös muita metsäalan juttuja, jotka eivät välttämättä kosketa metsänhoitoyhdistys Päijät-Hämettä. Sivulla voidaan myös tiedottaa tapahtumista nopeasti, kuten kesällä 2010 kerrottiin tietoja Päijät-Hämeen alueella riehuneen myrskyn aiheuttamista tuhoista sitä mukaan, kun tietoja myrskytuhoista tuli. (Salovaara, sähköpostiviesti 21.3.2011) Facebook-sivulla on faneja tällä hetkellä 117 kappaletta (Facebook, 2011).

Metsänhoitoyhdistys järjestää erilaisia kampanjoita esimerkiksi puukauppaan liittyen, joita mainostetaan paikallisradioissa kampanjan aikana. Lisäksi kampanjoista tiedotetaan lehdistötiedotteilla ja kampanjan yhteydessä järjestetään erilaisia tapahtumia liittyen kampanjoiden aiheisiin. (Yli-Talonen, sähköpostiviesti 31.3.2011)

Henkilökohtaiset neuvontatilanteet metsänhoitoyhdistyksen toimihenkilöiden ja metsänomistajien välillä ovat myös tärkeitä ulkoisen viestinnän välineitä. Näissä tilanteissa toimihenkilöt markkinoivat metsänhoitoyhdistyksen palveluita ja omaa osaamistaan. Henkilökohtaisia toimihenkilöiden ja metsänomistajien välisiä neuvontatilanteita oli 4780 kappaletta vuonna 2009 (Toimintakertomus 2009).

5 AINEISTON ELI TARINOIDEN KERÄÄMINEN JA NIIDEN LITTEROINTI

5.1 Työn ja haastatteluiden ennakkovalmistelut

Opinnäytetyön aiheen sain tammikuussa 2011 sähköpostilla metsänhoitoyhdistys Päijät-Hämeen toiminnanjohtajalta, joka oli saanut idean metsäisten tarinoiden keräämiseen yhdeltä yhdistyksen työntekijältä. Opinnäytetyön aihetta olin toki kysynyt toiminnanjohtajalta ennen kuin sain työn aiheen itselleni. Tarinoita kerätessä opinnäytetyön varsinainen aihe oli vielä epäselvä, joten ehdotin, että tutkisin miten keräämiäni tarinoita voisi hyödyntää metsänhoitoyhdistyksen ulkoisessa viestinnässä opinnäytetyön ohjaajille sekä koulun puolelta että metsänhoitoyhdistyksessä ja sain heiltä hyväksynnän ehdottamallani aiheelle. Näin opinnäytetyöni aihe lopulta muodostui pienten mutkien kautta.

Aloitin työn ennakkovalmisteluiden tekemisen käymällä tapaamassa työni ohjaajaa metsänhoitoyhdistys Päijät-Hämeen Asikkalan toimistolla, jossa hän työskentelee. Tapaamisessa mietimme miten metsäisiä tarinoita aletaan kerätä ja keneltä. Tarinoiden keräämistapaa emme kauaa miettineet, kun lähes heti päädyimme tapaan kerätä ne tekemällä haastatteluja ja nauhoittamalla ne. Tarinoiden kertojiksi kaavailimme aluksi metsänhoitoyhdistyksen nykyisiä toimihenkilöitä, metsureita, metsäkoneurakoitsijoita ja entisiltä työntekijöiltä, mutta työtä tehdessä näiltä kaikilta tarinoiden kerääminen muodostui liian suureksi operaatioksi. Näin ollen rajasimme metsäisten tarinoiden kertojiksi metsänhoitoyhdistyksen nykyiset toimihenkilöt. Metsänhoitoyhdistysten toimihenkilöitä ovat toiminnanjohtaja, metsänhoitoesimiehet, metsäneuvojat, metsäsuunnittelijat, tie- ja oja-asiantuntijat ja energiapuuneuvojat.

Aloitin haastatteluiden tekemisen lähettämällä sähköpostilla kaikille metsänhoitoyhdistyksen toimihenkilöille yhteisen saatekirjeen (Liite 1), jossa kerroin opinnäytetyöstäni ja tulevista haastatteluista. Saatekirjeen sisällön muotoilimme metsänhoitoyhdistyksen ohjaajani kanssa. Tämän saatekirjeen lähetin 2 viikkoa ennen haastatteluiden aloittamista. Lähetin vielä ennen jokaista haastattelua jokaiselle yhdistyksen toimistolle sähköpostiviestin, jossa kerroin milloin olin tulossa tekemään haastatteluja. Laadimme yhdessä metsänhoitoyhdistyksen ohjaajan kanssa haastatteluiden rungon (Liite 2), jossa oli haastattelutilanteeseen avuksi kysymyksiä. Haastatteluiden runkoon laadimme kysymyksiä, joilla arvelimme saavamme tarinoita ja joita voisi käyttää hyödyksi haastattelun aikana. Käytin tehtyä haastatteluiden runkoa hyödyksi suurimmassa osassa tehdyistä haastatteluista.

5.2 Haastatteluiden nauhoittaminen ja haastattelutilanne

Metsänhoitoyhdistys hankki haastatteluja varten käyttööni Olympus VN-6800PC -sanelukoneen, jolla nauhoitin haastattelut. Sanelukone oli helpokäyttöinen digitaalinen perussanelukone ja sitä oli helppo käyttää. Haas-

tattelut nauhoitettiin, jotta niiden sisältö saatiin mahdollisimman tarkasti talteen. Haastatteluiden nauhoittaminen oli paras vaihtoehto tehdä haastattelut, koska näin pystyin haastattelemaan henkilöitä paremmin kuin tavalla, jossa olisin kirjoittanut haastatteluiden sisällön sitä tehdessä.

Haastatteluja tein pääasiassa toimistoiden taukotiloissa kahvihetken aikana. Osan haastatteluista tein myös haastatellun toimihenkilön työhuoneessa rauhassa toimiston muusta taustamelusta. Aloitin haastattelun laittamalla sanelukoneen nauhoituksen päälle ja esittämään haastatteluiden rungossa olevia kysymyksiä haastateltavalle. Tarinoita kerättäessä haastateltavan nimi kysyttiin ja kirjattiin ylös, mutta tarinat julkaistiin nimettöminä. Tähän päädyttiin metsänhoitoyhdistyksen toiminnanjohtajan päätöksestä ja tarinat ovat siis anonyymejä. Keskimäärin yksi haastattelu kesti 30 minuutin verran. Haastattelut tein aikavälillä 7.2–25.3.2011 ja haastateltuja toimihenkilöitä oli yhteensä 22 kappaletta. Lisäksi haastattelin kahta jo eläkkeelle jäänyttä metsänhoitoyhdistyksen entistä työntekijää, kun olin saanut ensiksi haastateltua nykyiset toimihenkilöt.

5.3 Sähköpostitse ja valmiiksi kirjoitettuna saadut tarinat

Haastatteluiden ennakkovalmistelussa lähetetyssä saatekirjeessä annettiin mahdollisuus lähettää tarinoita sähköpostilla minulle tiettyyn päivämäärän asti. Näin toimittiin, koska uskottiin, että kaikille toimihenkilöille eivät sovitut haastatteluajat sopineet, joita tulisi ehdottamaan eri toimistoille. Sain kahdelta toimihenkilöltä tarinoita sähköpostin avulla.

Ennen haastatteluja lähetetyssä saatekirjeessä annettiin mahdollisuus lähettää valmiiksi kirjoitettuja tarinoita minulle. Metsänhoitoyhdistyksen ohjaajan kautta sain yhdeltä toimihenkilöltä valmiiksi kirjoitettuja tarinoita mukaan tarinakokoelmaan. Tarinoiden kertoja ei halunnut tulla haastateluun, joten hän oli kirjoittanut tarinansa ja toimittanut ne sitten työkaverinsa kautta minulle.

5.4 Tarinoiden puhtaaksikirjoittaminen nauhalta eli litterointi ja niiden arkistointi

Aloitin tarinoiden puhtaaksikirjoittamisen, kun olin käynyt tekemässä haastattelut jokaisessa metsänhoitoyhdistyksen toimistossa. Haastatteluja tein yhteensä 22 toimihenkilölle ja kahdelle eläkkeelle jääneelle työntekijälle, joten heiltä kaikilta saatujen tarinoiden puhtaaksikirjoittaminen eli litterointi oli suuri työ. Purin jokaisen haastattelun nauhalta ensiksi tietokoneelle ja kuuntelin ne ensiksi läpi ennen kuin aloitin niiden puhtaaksikirjoittamisen Microsoft Office Word-ohjelmalla. Sanelukoneelta tarinat siirtyivät tietokoneelle kaapelin avulla ja koneelle ne tallentuivat Windows Media Playerin tukemassa muodossa. Kerätyillä tarinoilla ei ollut otsikoita, joten keksin niihin otsikot sisältöjen mukaan. Tarinoiden puhtaaksikirjoittaminen vei aikaa kaikkiaan 12 työpäivää, työpäivien pituuden ollessa 6 tuntia.

Tarinoita puhtaaksikirjoittaessani merkitsin jokaisen nauhoitetun nauhan nimen perään, että ketä haastattelin kyseisellä nauhalla. Kirjoitin tarinat puhtaaksi toimistoittain ja näin yhden toimiston tarinat kirjoitettiin samaan paperiin peräkkäin. Näin niitä on helpompi käsitellä myöhemmin, jos tarvetta siihen ilmenee. Toimitan Word -tiedostot, joihin kirjoitin tarinat puhtaaksi metsänhoitoyhdistykselle työtä luovutettaessa, jotta he voivat käyttää niitä hyödyksi myöhemmin esimerkiksi metsänhoitoyhdistyksen historiikka tehdessä.

5.5 Tarinoista koostettu ”Metsänhoitoyhdistys Päijät-Hämeen ammattilaisten tarinoita” -tarinakokoelma

Tarinoiden puhtaaksikirjoittamisen jälkeen sovin uuden tapaamisen metsänhoitoyhdistyksen ohjaajan kanssa, jossa kävimme läpi puhtaaksikirjoitettuja tarinoita. Päätimme, että tarinoista tehtäisiin yksi hyvä kokonaisuus eli tarinakokoelma. Mietimme, että miten kerätyt tarinat lajiteltaisiin tarinakokoelmaan ja tätä varten keksimme aihealueiden otsikoita, joiden alle tarinat kerättäisiin niiden sisällön mukaisesti. Tarinakokoelman otsikoksi muodostui ”Metsänhoitoyhdistys Päijät-Hämeen ammattilaisten tarinoita”.

Aloitin tarinakokoelman tekemisen lajittelemalla ja kokoamalla kerätyt tarinat eri aihealueiden alle. Tarinoita, kaskuja ja runoja tarinakokoelmaan kertyi yli 130 kappaletta. Tarkemmin tarinakokoelmasta kerrotaan työn luvussa 6. Yhdeltä eläkkeelle siirtyneeltä metsänhoitoyhdistyksen työntekijältä sain hänen itse kirjoittamiaan runoja haastatteluni yhteydessä ja nämä runot laitoin myös osaksi tarinakokoelmaa. Tein tarinakokoelmaan kansilehden ja sisällysluettelon, jonka avulla eri aihealueiden tarinoita on helppo etsiä ja lukea. Lisäksi kirjoitin tarinakokoelman lukijoille alustuksen, jossa kerroin miten ja mitä varten metsäisiä tarinoita on kerätty sekä kiitin tarinoiden kertojia heidän kertomistaan tarinoista.

6 POHDINTAA KERÄTYISTÄ TARINOISTA JA NIIDEN HYÖDYNTÄMISMAHDOLLISUUKSISTA

6.1 Pohdintaa tarinoiden keräämisestä

Tarinoiden kertojiksi työssä rajattiin nykyiset metsänhoitoyhdistys Päijät-Hämeen toimihenkilöt, joita on yhteensä 43 kappaletta ja heistä tarinoita kertoi 22 kappaletta eli noin puolet kaikista toimihenkilöistä. Heidän lisäksi haastateltiin kahta eläkkeelle jäänyttä metsänhoitoyhdistyksen entistä työntekijää, joiden tiedettiin olevan hyviä tarinankertojia.

Kerätyistä tarinoista koostettiin ”Metsänhoitoyhdistys Päijät-Hämeen ammattilaisten tarinoita” -tarinakokoelma. Tarinakokoelmaan kertyi yhteensä 133 tarinaa, kaskua ja runoa ja sen kokonaispituudeksi tuli 41 sivua. Tarinat lajiteltiin 12 eri aihealueen alle niin, että jokaisen aihealueen alle kertyi vähintään 2 tarinaa.

Aihealueiden otsikot olivat:

1. Hauskoja tarinoita ja muita sattumuksia
2. Autoillessa sattunutta
3. Metsäneläinten kanssa sattunutta
4. Hirvikärpäset riesana
5. Vanhaa tekniikkaa
6. Kulotusta
7. Puiden mittausta
8. Asiakaspalvelua
9. Metsätöitä
10. Historian lehtien havinaa
11. Tarinoita erikoispuunostaja Tor Hagelbergista
12. Sanontoja ja metsäisiä runoja

”Hauskoja tarinoita ja muita sattumuksia” -aihealueen alle kertyi 42 tarinaa eli lähes kolmannes kaikista tarinoista. Toiseksi eniten tarinoita kertyi ”Metsäneläinten kanssa sattunutta” -aihealueen alle eli 17 tarinaa. Aihealueen ”Sanontoja ja metsäisiä runoja” -aihealueen alle kertyi yhteensä 15 kaskua/sanontaa ja metsäistä runoa. Muiden aihealueiden alle kertyi 10 tarinaa tai vähemmän, kuitenkin niin että jokaisen aihealueen alle kertyi vähintään pari tarinaa.

Tarinoiden kertojat eli metsänhoitoyhdistys Päijät-Hämeen nykyiset toimihenkilöt ovat suuremmalta osalta miehiä, joten tarinoista suurin osa on miesten kertomia tarinoita. Naisten kertomia tarinoita tarinakokoelmassa on alle 10 kappaletta. Eniten tarinoita kertoivat kokeneet jo monia vuosikymmeniä metsänhoitoyhdistyksen palveluksessa työskennelleet toimihenkilöt. Parhaimmat yksittäiset tarinankertojat kertoivat tarinoita yli kymmenen kappaletta ja niiden päälle vielä julkaisukelvottomia tarinoita jonkin verran. Tämän ymmärtää, sillä vuosikymmenten aikana on jokaisel-

le toimihenkilölle sattunut kaikenlaista ja mieleenkin niistä on jäänyt ainakin parhaimmat tarinat.

Nuorilta toimihenkilöiltä en montakaan tarinaa haastatteluissa saanut ja moni heistä sanoi, että on työskennellyt niin vähän aikaa metsänhoitoyhdistyksessä, ettei mitään kerrottavaa tarinaa ole sattunut tai jäänyt mieleen. Haastattelu tuntui myös olevan joillekin toimihenkilöille liian yksityinen tilanne, eikä tämän takia toimihenkilö kertonut tarinoitansa, vaikka ne mielessä olisivat olleetkin. Tämän vuoksi ennen haastatteluja lähetetyssä saatekirjeessä annettiin mahdollisuus lähettää tarinoita minulle sähköpostilla, mutta tällä tavalla tarinoita minulle lähetti vain muutama toimihenkilö.

Nuorten toimihenkilöiden motivoiminen kertomaan tarinoita oli työtä tehdessä vaikeaa, koska moni heistä sanoi, ettei heillä ole kerrottavana mitään tarinoita ennen kuin haastattelu ehdittiin aloittaa. Tämän takia heidän kertomiaan tarinoita kertyi hyvin vähän. Osalta nuorista toimihenkilöistä saatiin tarinoita heidän työharjoitteluistaan ja näin edes joidenkin nuorten toimihenkilöiden tarinoita saatiin tarinakokoelmaan mukaan.

Moni toimihenkilö sanoi, että parhaita tarinoita ei voinut kertoa, koska niissä olevat ihmiset ovat liian tunnistettavia, vaikka tarinoita sensuroitaisiin. Tämän takia kenties kaikista parhaimmat tarinat jäivät kertomatta. On ymmärrettävää, että tuollaisia tarinoita ei voinut kertoa, sillä työn tarkoitus ei ollut saattaa ketään ihmistä niin sanottuun huonoon valoon toisten ihmisten silmissä.

Pääasiallisesti toimihenkilöt suhtautuivat haastatteluihin positiivisesti ja kertoivat tarinoita mielellään. Suurin osa toimihenkilöistä oli myös paikalla toimistoissa sovittuina haastatteluajankohtina. Osa toimihenkilöistä sanoi, että saako metsänhoitoyhdistys tämän työn kautta enemmän negatiivista kuin positiivista palautetta ja markkinointia ja siksi selvitin heille työni tavoitteet ja miksi tarinoita kerättiin. Tämän kuultuaan epäilevät toimihenkilöt pääasiassa kertoivat edes joitakin tarinoita, joita heidän mielessään oli.

6.2 Pohdintaa kerätyistä tarinoista

Metsäisiä tarinoita kertyi kaikkiaan siis 133 kappaletta ja ne lajiteltiin eri aihealueiden alle sisältönsä mukaan. Tarinoita kerrottiin mitä erilaisimmista tapahtumista ja sattumuksista. Pääasiassa kerrotut tarinat olivat sävyiltään positiivisia, vaikka tarinoidenkertojille annettiin mahdollisuus kertoa kaikenlaisia tarinoita eikä ainoastaan positiivisia tarinoita. Pääosa kerrotuista tarinoista oli tapahtunut vuosia sitten, eikä niin sanottuja tuoreita tapahtumia kerrottu kuin muutama kappale.

Metsässä ja toimistolla töitä tehdessä hauskoja sattumuksia tapahtuu paljon ja siksi sellaisia tarinoita ja muita sattumuksia kertyi eniten eli lähes kolmannes kaikista tarinoista. Tällaisia tarinoita olivat erilaiset sattumukset ja tapahtumat, joissa tapahtui jotakin hauskaa. Muita sattumuksia olivat

tarinat, joissa kerrotut tapahtumat olivat osittain hauskoja tai muuten kertomisen arvoisia.

Metsänhoitoyhdistyksen toimihenkilöt liikkuvat työssään paljon autolla, minkä vuoksi paljon tarinoita kertyi autoista ja niiden kanssa sattuneista tapahtumista. Tarinoissa kerrottiin, kuinka auton kanssa oli jääty jumiin mitä erilaisimpiin paikkoihin. Tarinoita auton rikkoontumista kerrottiin myös. Autoiluun liittyvät tarinat olivat pääasiassa positiivisia, eikä kukaan kertonut esimerkiksi kolareista tai muista ikävimmistä tapahtumista.

Moni toimihenkilö oli kohdannut töitä tehdessään metsäneläimiä ja hyönteisiä. Näistä tapahtumista kerrottiin monia tarinoita ja erityisesti hirvikärpäsistä oli monilla toimihenkilöillä ollut haittaa. Suurpetoja ei kukaan toimihenkilö ollut nähnyt, mutta hirviä oli lähes jokainen toimihenkilö tavannut joskus metsässä liikkeessään ja töitä tehdessään. Pienemmistä metsäneläimistä kerrottiin myös muutamia tarinoita.

Tietotekniikka on tullut tärkeäksi osaksi toimihenkilöiden työtä ja siksi ensimmäisistä metsänhoitoyhdistyksille hankituista tietokoneista kerrottiin pari tarinaa, joissa tietotekniikka oli pääosassa. Tarinoissa kerrottiin, kuinka ensimmäisiä avaimilla käynnistettäviä tietokoneita 1980-luvulla oli hankittu metsänhoitoyhdistyksen käyttöön kovalla rahalla ja hankitut koneet olivat edustaneet sen ajan huipputekniikkaa, joka nykyisiin tietokoneisiin verrattuna on heikohkoa.

Kulotukset ovat yleisesti metsänhoitoyhdistysten järjestämiä metsänhoitotöitä ja niitä organisoivat metsänhoitoyhdistyksen toimihenkilöt. Kulotuksesta kerrottiin tarinoita, jotka olivat tapahtuneet kulotettaessa tai sen ennakkovalmisteluissa. Tarinoissa kerrottiin, kuinka esimerkiksi tuli karkasi kulotettaessa tai syttyi uudelleen palamaan, kun kulotus oli jo ohi. Kaikki kerrotut kulotustarinat päättyivät lopulta hyvin, eikä vakavampia vahingoita niissä sattunut.

Puukauppaa tehtäessä puiden mittaaminen on tärkeä osa ja ennen vanhaan puita mitattiin miestyönä ja eri tavalla kuin nyt. Kokeneet toimihenkilöt kertoivatkin tämän vuoksi tarinoita puiden mittauksesta. Tarinoissa kerrottiin, kuinka puista mitattiin pystymittaa ja tien varressa pinomittaa. Nämä tarinat olivat hauskoja, koska niissä tapahtui jotain huvittavaa, kuten esimerkiksi pinomittaa tehdessä löydettiin isännän jättämä viinapullo, joka oli tarkoitettu mittaukseen tekeville evääksi.

Metsänhoitoyhdistyksen toimihenkilön työ on pääasiassa asiakaspalvelua, jossa asiakkaina ovat metsänomistajat. Asiakaspalveluun liittyvissä tarinoissa toimihenkilöt olivat tekemisissä asiakkaidensa eli metsänomistajien kanssa. Lähes kaikissa näissä tarinoissa tapahtui jotain erikoista, joka oli kertomisen arvoista. Parissa asiakaspalvelusta kerrotussa tarinassa toimihenkilö oli joutunut vaaralliseen tilanteeseen tehdessään erilaisia asiakaspalveluita metsänomistajille.

Osa metsänhoitoyhdistys Päijät-Hämeen nykyisistä toimihenkilöistä on työskennellyt ennen toimihenkilöuraansa metsurina ja he kertoivat tarinoita, joita heille oli sattunut metsurina metsätöitä tehdessä. Näissä metsätöihin liittyvissä tarinoissa kerrottiin, kuinka puita kaadettaessa on sattunut hauskoja ja joskus myös vaarallisia tilanteita. Pahoista konkeloista ja metsänhoitoon liittyvistä asioista kerrottiin hyviä tarinoita. Työskentelystä erilaisissa ääriolosuhteissa kerrottiin myös hauskoja tarinoita.

Pitkän uran metsänhoitoyhdistyksessä tehneet toimihenkilöt kertoivat tarinoita, jotka olivat tapahtuneet monia vuosikymmeniä sitten ja nämä vanhat tarinat kerättiin oman aihealueen alle. Historian lehtien havinaa aihealueen alla olevia tarinoita olivat muun muassa tarinat, kuinka ennen vanhaan tarjottiin ruokaa toimihenkilöille heidän tehdessään puukauppaa taloissa ja puukauppaan liittyvä tarina, jossa puunhinnasta oli erimielisyyttä.

Oman aihealueensa muodostivat tarinat erikoispuunostaja Tor Hagelbergista, josta kerrotaan tarkemmin työn luvussa 6.3. Kokeneet toimihenkilöt olivat päässeet työskentelemään nuorena tämän omalaatuiseen metsäpatruunan kanssa ja heille oli jäänyt mieleen tarinoita hänestä, joita he muistelivat ja kertoivat. Näitä tarinoita ovat muun muassa kokemukset hänen kanssaan tehdystä erikoispuukaupasta ja hänen viisaat sanat nuoremmalle työntekijälle.

Vanhoja paikallisia sanontoja kertyi muutamia. Yksi eläkkeelle jäänyt metsänhoitoyhdistyksen työntekijä kertoi itse kirjoittamiaan metsäisiä runoja. Sanonnat olivat lyhyitä humoristisia ja ytimekkäitä tokaisuja jostakin asiasta. Haastatteluiden loppuvaiheessa sain yhdeltä eläkkeelle jääneeltä työntekijältä hienoja metsäisiä runoja, jotka yllättivät positiivisesti, sillä en odottanut saavani sellaisia keneltäkään. Näissä runoissa pohditaan metsäisiä asioita ja työntekoa metsässä runoriimien avulla todella hienosti ja sulavasti.

6.3 Esimerkkitapaus metsäisten tarinoiden hyödyntämisestä ulkoisessa viestinnässä

Metsänhoitoyhdistys Päijät-Hämeen julkaisemassa Kotimetsä-jäsenlehdessä on aiemmin julkaistu hauskoja tarinoita visakoivuja ostaneesta erikoispuunostaja Tor Hagelbergista, joka tunnettiin lempinimellä Hageli. Hän eli ja työskenteli viime vuosisadan puolesta välistä eteenpäin monia vuosikymmeniä Päijät-Hämeen alueella. Hagelberg oli persoonallinen metsäpatruuna, joka työskenteli omalla tavallaan välillä työkeästikin metsänomistajia kohtaan käyttäytyen. Hänestä muiden kertojien kertomia tarinoita on julkaistu Kotimetsä-jäsenlehdessä otsikolla ”Sano Haakelperi”. Näitä tarinoita on ilmestynyt aina useita lyhyitä tarinoita per jäsenlehti jo vuosien ajan ja viime vuosina yksi pitempi tarina per jäsenlehti.

Näitä tarinoita Hagelbergista ovat kirjoittaneet henkilöt, jotka hänen kanssaan ovat päässeet työskentelemään. Tarinoiden kirjoittamat ovat käyttäneet oman nimensä sijasta nimimerkkiä, koska tarinoiden tarkkaa sisältöä ei ole pystytty varmistamaan ja siksi on ollut hyvä käyttää nimimerkkiä tarinoiden kirjoittajana. Hagelbergista julkaistut tarinat ovat olleet hauskoja

osittain siksi, että Hagelberg oli suorasanaa mies, joka puhui suomea ruotsalaittain murtaen ja hänen sanonnat olivat tämän vuoksi hauskanpuoloisia. Tarinoilla on elävöitetty Kotimetsä-jäsenlehteä, joka on muuten asiapitoista tekstiä. Tarina Hagelbergista (Liite 3) Kotimetsä-jäsenlehdestä 1/2010 on työn liitteenä.

6.4 Tarinoiden hyödyntämismahdollisuuksia

Kerättyjä tarinoita tullaan hyödyntämään metsänhoitoyhdistyksen ulkoisessa viestinnässä monipuolisesti. Pohdin tarinoiden hyödyntämismahdollisuuksia yhdessä metsänhoitoyhdistyksen markkinointitiimin kanssa sähköpostin välityksellä. Kävin sähköpostikeskustelua myös metsänhoitoyhdistyksen viestintävastaavan kanssa, joka on vastuussa Kotimetsä-jäsenlehden ja metsänhoitoyhdistyksen Internet-sivujen sisällöstä. Sähköpostin välityksellä käydyissä keskusteluissa tarinoiden hyödyntämismahdollisuuksiksi muodostuivat seuraavat keinot:

1. Kuukauden tarina-osio metsänhoitoyhdistyksen Internet-sivuilla
2. Tarinasarja metsäisistä tarinoista Kotimetsä-jäsenlehteen
3. ”Metsänhoitoyhdistys Päijät-Hämeen ammattilaisten tarinoita” -tarinakokoelman hyödyntäminen ja jakaminen

Ensimmäiseksi tarinoiden hyödyntämiskeinoksi toteutetaan Kuukauden tarina-osio metsänhoitoyhdistyksen Internet-sivuilla. Yhdistyksen Internet-sivuilla tullaan julkaisemaan kerättyistä tarinoista muotoutuvaa tarinasarjaa, jossa julkaistaan yksi tarina per kuukausi. Tarinoiden avulla toivotaan saada lisää kävijöitä yhdistyksen Internet-sivuille ja sitä kautta saada tarinoiden lukijoita käyttämään myös yhdistyksen tarjoamia palveluita hyödykseen.

Metsänhoitoyhdistyksen julkaisemassa Kotimetsä-jäsenlehdessä tullaan näkemään kerättyjä tarinoita tarinasarjan muodossa samalla tavalla kuin aiemmin on julkaistu tarinoita erikoispuunostaja Tor Hagelbergista. Tarinasarjassa tullaan julkaisemaan kerättyistä tarinoista parhaimmistoa ja lehteen sopivia tarinoita. Tarinoita tullaan julkaisemaan yksi pitkä tarina per jäsenlehti ja lyhyempiä tarinoita useampi per jäsenlehti. Kotimetsä-jäsenlehti ilmestyy 3 kertaa vuodessa, joten tarinasarjassa julkaistavia tarinoita riittää moneksi vuodeksi eteenpäin, kun kerättyjä tarinoita, kaskuja ja runoja kertyi suurehko määrä.

Kerättyistä tarinoista koostettua ”Metsänhoitoyhdistys Päijät-Hämeen ammattilaisten tarinoita” -tarinakokoelmaa tullaan hyödyntämään eri keinoin. Tarinakokoelmaa tullaan jakamaan metsänhoitoyhdistyksen asiakkaille esimerkiksi erilaisten kilpailuiden palkintona. Myös muille metsänhoitoyhdistyksen sidosryhmille eli yhteistyökumppaneille ynnä muille, tarinakokoelmaa tullaan jakamaan mahdollisuuksien mukaan. Tarinakokoelman painattamisesta ei tietoja ennen opinnäytetyöraportin valmistu-

mista saatu, mutta tarinakokoelma tullaan painamaan jonkinlainen painos jossakin vaiheessa.

Muita tarinoiden hyödyntämismahdollisuuksia voisivat olla metsäisten tarinoiden julkaiseminen Kotimetsikkö-lehtisessä niin, että lehtisen valitun aiheen mukaisia tarinoita voisi liittää mukaan lehtiseen elävöittämään asiapitoista tekstiä. Lehtisen aiheen ollessa esimerkiksi puukauppa voisi lehtiseen liittää tarinoita puukaupasta ja sen tekemisestä.

Metsänhoitoyhdistyksen Facebook-sivulla voitaisiin kertoa, että yhdistyksen Internet-sivuilla aletaan julkaista joka kuukausi yksi mielenkiintoinen metsäinen tarina ja kehoitettaisiin ihmisiä mennä lukemaan se. Näin Internet-sivuille saataisiin enemmän kävijöitä ja mahdollisia metsänhoitoyhdistyksen palveluiden käyttäjiä. Samalla tavalla sähköisessä uutiskirjeessä voisi kertoa, että joka kuukausi metsänhoitoyhdistyksen Internet-sivuilla aletaan julkaista yksi mielenkiintoinen metsäinen tarina joka kuukausi ja kehoitettaisiin uutiskirjeen tilaajia mennä lukemaan se.

Kerättyjen tarinoiden pääasiallinen tarkoitus on tulla elävöittämään asiapitoisia tekstejä, joita Kotimetsä-jäsenlehti ja metsänhoitoyhdistyksen Internet-sivut pääasiallisesti ovat. Samalla tarinat houkuttelevat kävijöitä yhdistyksen Internet-sivuille ja saavat tarinoiden lukijoita hyödyntämään metsänhoitoyhdistyksen tarjoamia palveluita. Kotimetsä-jäsenlehdessä metsäisiä tarinoita on aiemmin julkaistu ja niiden suosio on ollut hyvä eli todennäköisesti uusilla kerätyillä tarinoilla suosio on yhtä hyvä kuin aieminkin.

7 YHTEENVETO TYÖSTÄ JA SEN TEKEMISESTÄ

7.1 Yhteenveto työstä

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää metsäisten tarinoiden hyödyntämismahdollisuuksia metsänhoitoyhdistyksen ulkoisessa viestinnässä. Työtä varten kerättiin haastatteluin metsäisiä tarinoita metsänhoitoyhdistyksen työntekijöiltä. Tarinoiden kertojiksi työssä heistä rajattiin nykyiset toimihenkilöt. Lisäksi metsäisiä tarinoita kertoi myös 2 eläkkeelle jäänyttä metsänhoitoyhdistyksen työntekijää, joiden tiedettiin olevan hyviä tarinankertojia. Kaikkiaan metsäisiä tarinoita työtä varten kertoi 24 ihmistä ja tarinoita kertyi yhteensä 133 kappaletta.

Työn alussa kerrottiin perusasioita metsänhoitoyhdistyksistä ja niiden toiminnasta. Metsänhoitoyhdistys Päijät-Häme ja sen toimintaa esiteltiin myös napakasti ja tiiviisti työn alkupuolella. Työtä varten tehdyistä haastatteluista kerrottiin, että miten ne tehtiin ja kuinka niissä saadut metsäiset tarinat kirjoitettiin puhtaaksi eli litteroitiin.

Markkinoinnista ja ulkoisesta viestinnästä työssä kerrottiin perusasiat eli mitä ne ovat ja mitkä niiden tehtävät ovat. Metsänhoitoyhdistys Päijät-Hämeen markkinoinnista sekä sen toimivuudesta ja ulkoisen viestinnän välineistä kerrottiin tarkemmin. Ulkoisista viestinnän välineistä kerrottiin tarkemmin, koska metsänhoitoyhdistyksen julkaisema jäsenlehti ja yhdistyksen omat Internet-sivut muiden ulkoisen viestinnän välineiden joukossa ovat tärkeimmät ulkoisen viestinnän välineet. Näissä kahdessa ulkoisen viestinnän välineessä tullaan erityisesti hyödyntämään kerättyjä metsäisiä tarinoita.

Työn loppuvaiheessa pohdittiin tarinoiden keräämisprosessia ja kerättyjen tarinoiden sisältöä. Tarinoiden kertojina toimivien metsänhoitoyhdistyksen toimihenkilöiden suhtautumista tarinoiden kertomiseen pohdittiin ja sen havaittiin olevan positiivinen. Metsäisten tarinoiden hyödyntämisestä metsänhoitoyhdistyksen ulkoisessa viestinnässä kerrottiin esimerkitapaus.

Työn lopuksi ennen yhteenvetoa pohdittiin työn kannalta tärkeintä asiaa eli kerättyjen metsäisten tarinoiden hyödyntämismahdollisuuksia metsänhoitoyhdistys Päijät-Hämeen ulkoisessa viestinnässä. Tarinoiden hyödyntämismahdollisuuksia löytyi useita ja hyvä niin, sillä haastatteluissa saatuja tarinoita kannattaa hyödyntää, koska ne ovat todella hyviä.

Opinnäytetyön päämäärä saavutettiin ja työ onnistui hyvin, sillä työtä varten kerättyjä metsäisiä tarinoita tullaan hyödyntämään metsänhoitoyhdistyksen ulkoisessa viestinnässä monipuolisesti. Työtä varten kerätyt tarinat ovat saaneet kehuja kaikilta, jotka ne ovat lukeneet ja tämä on hyvä asia, sillä työssä oli tarkoitus saada kerättyjä hyviä julkaisukelvollisia tarinoita ja siinä onnistuttiin hyvin. Kerättyjen tarinoiden aiheet ovat monipuolisia ja niitä on siten hyvä hyödyntää eri käyttötarkoituksiin.

7.2 Yhteenveto työn tekemisestä

Saatuani opinnäytetyön aiheen itselleni innostuin siitä heti, sillä se oli erikoinen ja samalla haastava, koska samankaltaista työtä ei metsätalousinsinöörin opinnäytetyönä aiemmin ole tehty todennäköisesti missään Suomen ammattikorkeakoulussa, jossa metsätalousinsinöörejä koulutetaan. Tämä oli samanaikaisesti sekä haaste että mahdollisuus työtä tehdessä ja näin työstäni tuli omanlaisensa.

Metsäisten tarinoiden kerääminen haastatteleamalla metsänhoitoyhdistys Päijät-Hämeen nykyisiä toimihenkilöitä oli mukava kokemus ja moni haastattelemani toimihenkilö sanoi, että opinnäytetyöni aihe oli hyvä. Metsänhoitoyhdistys sai opinnäytetyöni ohella syntyneestä tarinakokoelmasta hyvän kirjan, jota se voi hyödyntää ja jakaa vaikka kilpailuiden palkintoina asiakkailleen eli toimialueensa metsänomistajille.

Työtäni voisi jatkojalostaa keräämällä metsäisiä tarinoita metsänhoitoyhdistys Päijät-Hämeen metsureilta ja urakoitsijoilta. Työni aikataulu oli sen verran kiireellinen, ettei heidän tarinoitansa saatu mukaan työhöni. Alun perin tarkoituksena oli kerätä heidänkin tarinansa mukaan työhöni, mutta toimihenkilöiden tarinoiden kerääminen oli vaikeahkoa johtuen muun muassa toimihenkilöiden työkiireistä.

LÄHTEET

Bergström, S. ja Leppänen, A. 1999. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 4.-5.painos. Helsinki: Oy Edita Ab.

Facebook: Viitattu 16.3.2011.
<http://www.facebook.com/#!/mhypaijathame>.

Ikävalko, E. 1995. Käytännön tiedottaminen: Yhteisöviestinnän käsikirja. 4.painos. Helsinki: Inforviestintä Oy.

Isohookana, H. 2007. Yrityksen markkinointiviestintä. Juva: WS Bookwell Oy.

Kalka, R. ja Mäßen, A. 2004. Markkinointi. Suom. Sari Hellsten. Helsinki: RASTOR OY.

Kortetjärvi-Nurmi S. ja Rosenström A. 1999. Yritysviestinnän ABC. Helsinki: Oy Edita Ab.

Lahtinen J. ja Isoviita A. 2004. Markkinoinnin perusteet. Tampere: A5 Repropalvelu Oy.

Laki metsänhoitoyhdistyksistä 10.7.1998/534: Viitattu 15.3.2011.
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1998/19980534>

Metsänhoitoyhdistys: 2011a. Metsänomistajan asialla. Viitattu 17.3.2011.
http://www.mhy.fi/mhy/metsanomistajanasialla/fi_FI/index/

Metsänhoitoyhdistys: 2011b. Yhdistyksen hallinto. Viitattu 22.3.2011.
http://www.mhy.fi/mhy/metsanomistajanasialla/fi_FI/hallinto/

Metsänhoitoyhdistys Päijät-Häme: 2011a. Metsänhoitoyhdistyksen esittely. Viitattu 15.3.2011. http://www.mhy.fi/paijathame/esittely/fi_FI/index/

Metsänhoitoyhdistys Päijät-Häme: 2011b. Hallinto. Viitattu 3.4.2011.
http://www.mhy.fi/paijathame/hallinto/fi_FI/index/

Suomen luonnonsuojeluliitto: 2011. Viitattu 17.3.2011.
<http://www.sll.fi/luonnonharrastus/yhdistysnetti/viestinta/ulkoinen>

Viestintä Kielipuu: 2011. Viitattu 17.3.2011.
<http://www.kielipuu.fi/palvelut/ulkoinenviestinta.html>

Vuosikertomus. 2009. Koulutus-, neuvonta- ja suunnittelupalvelut. Metsänhoitoyhdistys Päijät-Häme. Viitattu 24.3.2011.
http://www.mhy.fi/paijathame/hallinto/fi_FI/index/

Julkaisemattomat aineistot:

Salovaara, P. 21.3.2011. VS: Kysymyksiä oppariani varten. Vastaanottaja Teemu Ahola. [Sähköpostiviesti] Viitattu 21.3.2011.

Yli-Talonen, J. 31.3.2011. markkinointia. Vastaanottaja Teemu Ahola. [Sähköpostiviesti] Viitattu 1.4.2011

Hei Päijät-Hämeen metsänhoitoyhdistyksen väki!

Olen Hämeen ammattikorkeakoulun metsätalousinsinööriopiskelija Evolta. Olen teke-
mässä opinnäytetyönäni aihetta ”Metsänhoitoyhdistys Päijät-Hämeen ammattilaisten
tarinoita”, johon tulen keräämään metsäisiä tarinoita haastattelemalla nykyisiä Päijät-
Hämeen metsänhoitoyhdistyksen toimihenkilöitä ja mahdollisuuksien mukaan metsu-
reita sekä urakoitsijoita ja siksi toivoisinkin, että välittäisitte viestiä asiasta eteenpäin
metsureille ja urakoitsijoille. Tarinoita tullaan käyttämään metsänhoitoyhdistyksen
kotisivuilla, Kotimetsä- ja Kotimetsikkö-lehdissä elävöittämään lehteä ja markkinoi-
maan metsänhoitoyhdistystä alueen metsänomistajille. Tulen keräämään haastattelui-
ta metsänhoitoyhdistyksen jokaisesta toimipisteestä helmikuun aikana. Haastattelu
nauhoitetaan, jotta tarinat saadaan talteen mahdollisimman tarkasti. Tarkemmista
ajankohdista ilmoittelen jokaisen toimipisteen henkilöstölle sähköpostitse lähempänä
haastatteluajankohtaa. Mikäli et pääse kertomaan tarinaasi minulle kasvotusten, voit
lähettää tarinan minulle sähköpostilla osoitteeseen teemu.ahola@student.hamk.fi.
Sähköpostilla tarinan lähettäviltä toivoisin saada tarinan lisäksi osoitteenne, puhelin-
numeron, asemanne /työnimikkeenne, toimipaikkanne ja tarinan tapahtumapaikan ja -
ajan.

Talviterveisin,
Teemu Ahola

Haastatteluiden runko

Haastattelupäivä ja – paikka

Tarinan tapahtumapaikka ja – aika

1. Taustatiedot
 - Nimi
 - Työnimike
 - Toimipaikka
 - Sähköpostiosoite
2. Tarina, joka on jäänyt sinulle erityisesti mieleen työskennellessäsi metsänhoitoyhdistyksessä/metsäalalla?
 - Onko töissä sattunut joskus jotain erityisen hauskaa, pelottavaa, erikoista...?
3. Metsän eläimiin ja luontoon liittyviä tarinoita
 - Villieläimet
 - Linnut
 - Hyönteiset
 - Marjastus/Sienestys
4. Säähän/sääilmiöihin liittyvä tarina. Ovatko hankaloittaneet työskentelyä?
 - Lumituhot
 - Myrskyt
 - Lumiset ja kovat pakkaset
5. Autoihin ja autoiluun liittyvä tarinoita
 - Ongelmia, kiinnijuuttumisia metsäautoteillä
 - Sattumuksia auton kanssa
6. Kasku eli hauska lyhyt tarina
7. Vapaa sana
 - Muuta mielessä olevaa metsäistä tarinaa?

Kiitokset haastattelusta!

"Sano Haakelperi"

Oli tammikuinen aamu joskus 70-luvun alussa. Kollegani Pentti Salovaara soitti Sysmästä, että voisinko jutella erään tyviköivun ostajan kanssa. Olin valmis ja ilmoitin, että voi tulla vaikka heti. Ei mennyt kovinkaan pitkää aikaa, kun uusi tuttavuus Tor Verner Hagelberg tuli Hartolaan Metsätalolle. Tavanomaiset tervehtimiset ja esittelyt siinä tietysti hoidettiin alta pois. Tor kertoi mitä puita hän ostaa ja välittää eteenpäin. Järeä tyviköivummi oli yksi puutavaralaji. Kysyin, mitkä ovat tyviköivun laatuvaatimukset? Siihen Tor totesi lyhyesti. "Se on Hagelbergin vientilaatu". Tu-lihan siinä sitten vielä mitoitakin puhe. Kun keskustelua oli käyty kotvan aikaa, ehdin kysymään. "Mitkä ovat maksuehdot?" Huomasin, että se ei ollut Torin mieleen. Sain kyllä vastauksen. "Minä voin kyllä antaa käsirahaa, ja maksaa heti kun puut on mi-

tattu". Saatiin kyllä sovittua, että voisihan niitä vientiköivuja löytyä.

Tuon tapaamisen jälkeen mitattiin monta erää tyviköivuja. Kerran oli sovittu harvinaisen ison erän mitta. Tavattiin aamuvarhaisella Unionin baarissa Hartolassa. Kun olimme saaneet Hagelin tarjoamat kahvit pöytään ja istuneet, Tor sanoi; "Sinä laittaa käsi pöydän alle". "Vastasin, että enkä laita". Silloin Tor iski paksun kasan "violletteja" pöytään muiden asiakkaiden nähdessä. Laitoin rahat kenttäpuseroni rintataskuun, enkä virkkanut mitään. Tu-li taas kerran muistus siitä, että olin kysellyt maksuehtoja. Kun puut oli mitattu ja laskettu, tehtiin rahaliikenteestä rätinki. Rahaa oli taskussani enemmän, kuin mitattujen puiden arvo. Loput tietenkin annoin Torille.

"P. Haapalehto"